

Н. В. Шуренок

*Житомирський державний університет імені Івана Франка
Науковий керівник: канд. філол. наук, доцент Н. Д. Борисенко*

Типологія стратегій і тактик маніпуляції у сучасному мовознавстві

Маніпуляція – це прихований вплив. Її успіх гарантований тоді, коли маніпульований вірить: усе, що відбувається, природне і неминуче.

Починаючи спілкування, людина ставить перед собою певні цілі. Зазвичай мовець прагне змінити розумовий чи емоційний стан слухача, його ставлення до якихось подій чи людей. Адресант також може мати на меті домогтися від слухача здійснення конкретних вчинків, важливих для нього. Цілі можуть варіюватися залежно від ситуації спілкування при незмінному ядрі: прагненні керувати діяльністю співрозмовника. Досягти цієї мети допомагає планування процесу спілкування, тобто використання стратегії, яка виступає вербальним втіленням певної інтенції [2: 22].

Оскільки поняття стратегія було запозиченим прагматикою з військового мистецтва, головним є не кооперація, а перемога, котра розуміється як результативність впливу на слухача, і трансформація його моделі світу в бажаному для мовця напрямку.

У світлі сучасної теорії мовленнєвої комунікації актуальним є вивчення комунікативних стратегій – поетапної організації впливу на співбесідника, тактик – мовленнєвих прийомів реалізації стратегій і ходів – практичного засобу досягнення глобальної мети в різних ситуаціях спілкування. Залежно від установки на консенсус або дисенсус розрізняють кооперативні й конфронтативні комунікативні стратегії [1: 70; 2]. З ними корелюють гармонійний та дисгармонійний діалоги; стратегія солідарності (зменшення комунікативної і соціальної дистанції між людьми зі спільними соціальними характеристиками) і влади (збереження комунікативної відстані при віддаленості комунікантів за соціальними ознаками) [4: 142]; гармонійне (ефективне) й конфліктне (неефективне і неструктуроване) спілкування; кооперативна і некооперативна стратегії; гармонійне та конфронтативне спілкування; кооперативна

(солідарності й такту) і некооперативна (самозахисту й розвідки) поведінки. Кооперативна комунікативна взаємодія є конвенційною, тобто раціональною, гармонічною й неагресивною. Кооперативні тактики дозволяють проявити ініціативу обом співрозмовникам.

Мета конфронтативної стратегії – виставити супротивника в негативному світлі, критикуючи його діяльність. Конфронтація комунікантів проявляється в ініціюванні й підтриманні ситуації конфлікту. Різновидами конфліктної мовленнєвої ситуації є суперечка, сперечання, лайка, сварка, бійка тощо.

Реальний процес комунікації ускладнений мінливістю ситуації та необхідністю вибору й комбінування різних (кооперативних та конфронтативних) засобів досягнення мети. Стратегічна гнучкість, варіативність комунікативної ситуації суперництва полягає у зміні або чергуванні стратегій в ході спілкування одним або обома комунікантами в результаті впливу один на одного [3: 182].

Для маніпуляції адресатом широко використовується тактика "апеляція до авторитету". Для підтвердження правильності висловлюваної інформації здійснюється посилення на авторитет відомих учених, соціологів, політологів, діячів культури. На побутовому рівні авторитетом для партнера по спілкуванню, швидше за все, будуть його батьки, старші за віком друзі, поважний викладач та інші. В ділових переговорах "апеляція до авторитету" часто дозволяє референтові схилити чашу терезів на свій бік, оскільки думка відомої людини має великий вплив на прийняття рішення.

Тактика "так-так-так" – партнерові задається три-чотири питання, на які він обов'язково повинен відповісти "так". Тоді, найбільш імовірно, що і на основне питання він також відповість позитивно. Це одна з найдревніших тактик. Винайшов її великий древньогрецький філософ Сократ і блискуче використовував для переконання співрозмовників.

"Чорний опонент" – тактика, протилежна тільки що зазначеній. Суть її полягає в наступному. Партнерові по спілкуванню задають декілька питань з таким розрахунком, щоб на одне з них він не зміг відповісти. Тоді негайно виголошується мовна формула: "Ось бачите, питання не підготовлене".

При використанні тактики "чорний опонент" слід мати на увазі: питань не повинно бути більше трьох, інакше тактика

руйнується і складається враження упередженого відношення до співрозмовника; питання мають бути досить складними, у деяких випадках нерозв'язними, оскільки, якщо партнер відповість на всі питання, тактика не спрацює.

В статті розглянуто комунікативні стратегії та тактики маніпуляції адресатом, які, як правило, не вживаються окремо, а подаються у сукупності. Застосування послідовності використання стратегій та тактик здійснюється з урахуванням вербального впливу на співрозмовника.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ І ЛІТЕРАТУРИ

1. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. – М.: Едиториал УРСС, 2002. – 284 с.
2. Мартысюк Н. П. Стратегии речевого поведения как отражение гендерных социальных ролей (в ситуации конфликта): Автореф. дис. канд. филол. наук: 10.02.04 / Минск. гос. лингв. ун-т. – Минск, 2001. – 22 с.
3. Савчук І. І. Соціально марковані комунікативні стратегії персонажів англomовної художньої прози в ситуації суперництва: ВІСНИК Житомирського державного університету імені Івана Франка (41). – 185 с.
4. Токарева И. И. Социолингвистика и проблемы изучения коммуникации: Курс лекций. – Минск: МГЛУ, 2005. – 210 с.